



**Agriculture and
Agri-Food Canada**

**Agriculture et
Agroalimentaire Canada**

Market and Industry
Services Branch

Direction générale des
services à l'industrie et
aux marchés

Food Bureau

Bureau des aliments

THE CANADIAN WINE INDUSTRY

Sub-Sector Profile

January 2002

www.agr.ca/food
www.agr.ca/aliments

Canada

The Canadian Wine Industry

The Canadian wine-making industry, North America Industrial Classification System (NAICS) 31213, comprises establishments that are primarily engaged in manufacturing wine or brandy from grapes or other fruit. Establishments primarily engaged in growing grapes and manufacturing wine, manufacturing wine from purchased grapes and other fruit, blend wines, or distilling brandy, are included.¹

1. Industry Structure

Table wines made from grapes constitute the largest segment of the market and can be divided into two categories: the low-to-medium-priced wines, or "vin ordinaire" table wines, which make up 80% of sales, and the mid-to-premium-priced branded items, including icewines, where product descriptors, appellations (or geographical indications), and vintages are important to consumers.

According to the latest Statistics Canada data, 32 winery establishments² produced shipments worth \$409.2 million and employed 1,345 people in 1998. Imports³ were close to \$750 million, capturing an estimated 65% share of the domestic market (see Figure 1). The major suppliers are France, Italy and the United States (US). Wine exports³ are minimal, averaging between \$6 million - \$10 million annually in recent years. Production and exports of grape wine and 'other related products', such as fruit wines, wine coolers and hard lemonade, have grown considerably in importance since 1998, primarily to the US (see Figure 4).

The industry is heavily concentrated in Ontario, British Columbia (BC) and Quebec. About 82% of manufacturing shipments comes from Ontario, 18% from BC and most of the remainder from

Quebec. In total, there are approximately 170 winery establishments across Canada, many of which are small operations. "Estate" wineries, where grapes are cultivated in vineyards owned by the winery, are becoming more common. "Estate" wineries normally consist of operations employing between 20 and 100 persons, but additional labour is required at grape harvest time. Of total reported domestic sales, "estate" wineries account for approximately 12% of wines sold.

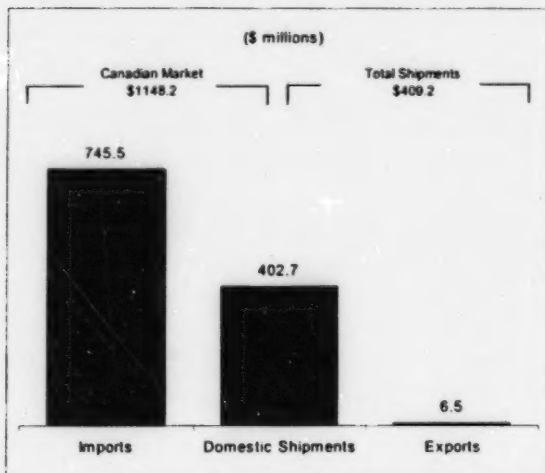
¹ Statistics Canada has reorganized its definition of industry sectors. As a result, the Standard Industrial Classification (SIC) 1141 definition for wine has been converted to NAICS 31213 for all statistical data except exports and imports, for which SIC data still currently apply. Since wines made from grapes are the major component of NAICS 31213, this document is devoted primarily to wine production, but other alcoholic beverages such as brandy, cider, fruit wines, fruit wine coolers, etc., are also considered part of this NAICS. In addition, there are several small cottage wineries (about 50) not included in the Statistics Canada data.

² Establishments included in NAICS 31213 have sales greater than \$30,000 in volume of wine sold, where the establishment must be a manufacturer and the largest portion of value-added must be in manufacturing. These establishments do not include blenders.

³ Wine imports included in SIC 1141 comprise wine grapes in addition to the other alcoholic beverages noted above. However, the major imported product is wine made from grapes. Wine exports of \$6.5 million are comprised only of wine made from grapes.

Wine-making is considered to be relatively concentrated as the leading five firms account for close to 90% of total wine production. The remaining establishments are comprised of "estate" and "farm-gate" wineries, where wine-making may only be a part of a larger farming operation. For this reason, the "farm-gate" activity¹ is not accounted for in formal Statistics Canada wine industry data (NAICS 31213).

Figure 1: Imports³, Exports³ and Domestic Market Shipments, 1998



¹ Statistics Canada has reorganized its definition of industry sectors. As a result, the Standard Industrial Classification (SIC) 1141 definition for wine has been converted to NAICS 31213 for all statistical data except exports and imports, for which SIC data still currently apply. Since wines made from grapes are the major component of NAICS 31213, this document is devoted primarily to wine production, but other alcoholic beverages such as brandy, cider, fruit wines, fruit wine coolers, etc., are also considered part of this NAICS. In addition, there are several small cottage wineries (about 50) not included in the Statistics Canada data.

³ Wine imports included in SIC 1141 comprise wine grapes in addition to the other alcoholic beverages noted above. However, the major imported product is wine made from grapes. Wine exports of \$6.5 million are comprised only of wine made from grapes.

Industry sources have indicated that four large wineries represent 94% of the volume sold through liquor boards in BC and about 59 small wineries account for the remainder.

There is no wine production in the Prairie region, but there are two blended-wine bottling facilities in Alberta, each operated by one of the two major Canadian wine enterprises.

According to the industry, two large firms represent close to 75% of the Canadian wine sold through provincial liquor board outlets in Ontario, with most of the remainder supplied by approximately 90 small Ontario wineries.

In Quebec, the wine sector is based primarily on value-added bottling and blending from imported bulk wines. 35 small grower/estate wineries have also recently emerged in this province, producing 100,000 bottles annually.

In the Maritimes, six small enterprises account for 13.5% of wine volume, while the two largest companies in Canada produce the bulk of wine in that region.

The wine industry in Ontario and BC is closely linked to the grape-growing sector and, as such, is directly affected by provincial agricultural policies. In Ontario, the vintners negotiate annually with the grape growers represented by their marketing board to establish grape prices. In BC, the grape market is not regulated and growers and wineries contract privately with each other.

Wineries will normally take about 80% of the annual grape production, with much of the balance going for juice or fresh fruit consumption. Annual grape purchases by wineries in Ontario and BC are estimated at \$75 million.

The industry is closely regulated (see 'Regulatory Factors' section below). Wines, like other alcoholic beverages, must be distributed and sold through provincial liquor control board outlets. Some provinces permit wineries to sell their own wines in establishments which they operate. In Quebec, wine sold in grocery stores must be bottled in the province.

2. Performance

Domestic Market

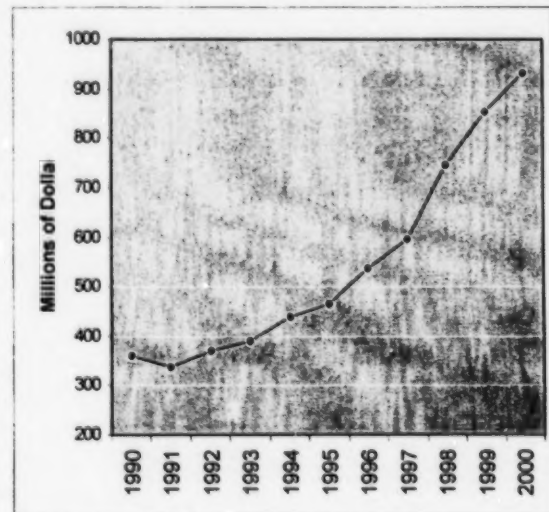
The domestic market is the most important market for Canadian wines even though there has been some decline in the consumption of alcoholic beverages. Annual wine consumption declined moderately between 1988 and 1999, falling from 9.55 litres to 8.8 litres. Canadian per capita wine consumption is low compared to other major wine-producing countries such as France or Italy, where per capita consumption is around 60 litres.

Imported wines continue to do well in the domestic market, rising from \$360 million in 1990, to an estimated \$933 million in 2000 (other products such as fruit wines, wine coolers and cider are also included). See Figure 2. In terms of market share, imports increased from a 58% share of the domestic market in 1990, to approximately a 65% share by 1998. France accounts for one-third of these imports, followed by the US (19.5%), Italy (16.8%), and Chile (11.2%).

The Canadian industry has traditionally been inhibited in its marketing efforts because of a lingering quality problem in

the minds of consumers. Canadian wine quality has greatly improved over the years and many Canadian wines have won awards in international competitions. This quality improvement has been supported by plantings of new high quality vinifera grapes such as Chardonnay, Riesling, Merlot, Pinot Noir and Cabernet Sauvignon. Consumer awareness and appreciation of these quality improvements is gradually improving

Figure 2: Imports of Grape Wine and Other Related Products³, 1990 - 2000



³Wine imports included in SIC 1141 comprise wine grapes in addition to the other alcoholic beverages noted above. However, the major imported product is wine made from grapes. Wine exports of \$6.5 million are comprised only of wine made from grapes.

The large-scale movement to grow vinifera varieties of grapes marked the beginning of a new competitive era with Canada-US free trade in 1989. This free trade agreement provided the impetus for growers to remove less desirable Labrusca and French Hybrid vines that had previously been the basis of industry production. These varieties were not suitable for producing the higher-quality wines that were experiencing increased demand by Canadian consumers and those in other major global markets. Both Ontario and BC have seen considerable re-plantings with more desirable varieties.

The wine industry has gradually adapted to trade liberalization by focussing on premium-quality wines and introducing new products such as icewines, for which Canada holds a competitive advantage. At the same time, wineries introduced new product lines or re-positioned their products with a more upscale image. Many wines blended and/or bottled from domestic or imported product were also improved and adapted to changing consumer tastes.

A key feature in repositioning Canadian wines with domestic consumers has been the development of the Vintners Quality Alliance (VQA). The VQA was launched in Ontario in 1988 and in BC in 1990 as an "Appellation of Origin" system by which consumers could identify high quality wines based on the origin of the grapes.

VQA certification has become an important marketing tool, providing both domestic and foreign consumers with an assurance of quality. From its very beginning in 1988/89, VQA wine sales grew to 4.6

million litres in 1999.

Canadian icewines have earned the highest awards at many of the world's most prestigious wine fairs, including Vinexpo and VinItaly. Icewine is made from grapes frozen on the vine. Canada, along with countries such as Austria and Germany, is a leader among the world's few producers of Icewine. Canada is gaining recognition for being one of the world's best and largest producers of this premium product. Icewine sales in 1998 were over \$30 million, with exports going primarily to Asia.

Another challenge in the domestic market is competition from U-vint operations. U-vint operations are retail outlets that provide ingredients, equipment and support for customers to make wine for their own consumption.

The successful linkage of wine-making to tourism in Canada's two major grape growing regions in the Okanagan Valley of BC and the Niagara peninsula region of Ontario not only has economic benefits for these regions, but wine tours also build an appreciation of the growing sophistication of Canadian wineries and improving wine quality.

Employment

Employment in the wine industry has fluctuated considerably, from 1,330 employees in 1990, reaching a low of 1,107 in 1994, and then climbing again to a level of 1,345 employees in 1998 (see Figure 3). There is also an element of seasonality to employment in this sector. Extra people are hired during grape harvests, particularly at small estate wineries.

Productivity in 1998, as measured in terms of value-added output per worker, improved by 33% over 1990. This is also evident in that manufacturing shipments increased considerably during this period (see Figure 3), while the number of production workers increased marginally between 1990 and 1998. Another factor to consider is that wine-making has become more automated as new technologies are adopted by Canadian vintners.

Investment

Statistics Canada investment data show that, on average, capital expenditures for the wine industry have increased about 12.4%⁴ annually. Sector investment has had to increase in order to support the industry's ambitious growth plans. Some large wineries have made acquisitions in other alcoholic products such as fruit wines, ciders and hard lemonade products, which are rising in importance in the lower-priced segment of the domestic market.

Figure 3: Total Shipments of Own Manufacture and Employment, 1990-1998



Export Market

Exports of wine only increased from about 0.3% of domestic production in 1990 to an estimated 1.6% of domestic production in 1998. In dollar terms, exports grew significantly during this period, from \$680,499 in 1990 to \$6.5 million in 1998, and they rose even further by 2000, reaching \$9.7 million. The US and Asia are the major markets. Export growth since 1997, particularly in offshore markets, has been static due to rising global competition and economic difficulties in southeast Asia. However, shipments to the US have increased, taking 45% of pure wine exports in 2000, at a value of \$4.4 million (see Figure 4).

The replanting efforts on the part of growers to remove less desirable Labrusca and French hybrids in favour of new varieties that supply higher-quality wines is paying off.

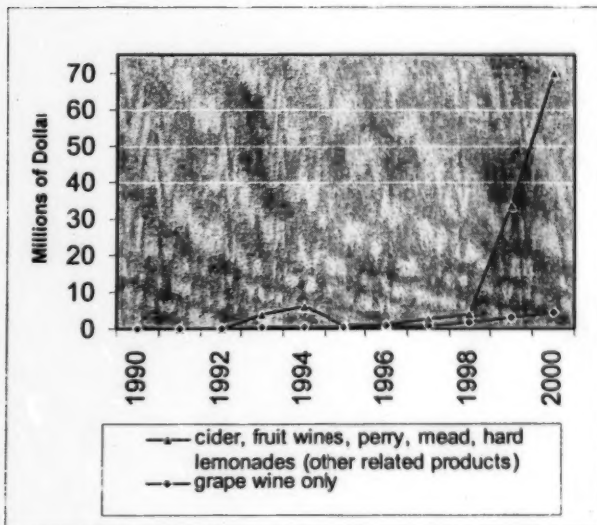
Although there has been an increasing trend in grape wine exports, their growth has remained modest. However, other related products such as cider, fruit wines, perry, mead, hard lemonade, etc., showed incredible growth in 1999 and 2000 (from \$10.7 million in 1998 to \$40.3 million in 1999 and \$80.2 million in 2000 in total). These increases are primarily attributable to exports of fermented beverages (and lesser amounts of cider, perry, sake, ginger beer) to the US, accounting for up to \$70 million of the \$80 million in 2000. A favourable Canada-US exchange rate, in addition to declining tariffs, have been important factors in growing this trade. See Figure 4.

⁴ Investment data was sourced from Statistics Canada SIC 1141 from 1988 to 1997

In spite of economic difficulties in Southeast Asia, that region is showing excellent potential for icewines. Some of the export success to date can be attributed to the increase in sales of icewines to the Asian market.

Despite its recognition and popularity in European wine competitions, Canada's Icewine was barred from the EU until recently because it falls outside their parameters for residual sugar content. In early 2001, Canadian Icewine was granted a derogation or exemption from the EU's sugar content rule, giving Canadian icewines access to that market. With EU access obtained, the opportunity to increase Canadian Icewine sales is greatly enhanced.

Figure 4: Exports of Grape Wine, and Other Related Products to the US, 1990-2000



There is considerable discussion with the EU in order to obtain improved access into that market for all Canadian wines. Until recently, EU rules on access limited Canada to 100,000 hectolitres of table wines (excluding Icewine). However, the EU is now open to all Canadian wines that meet the same wine-making standards as EU wines. Ontario and BC are mandated to certify both table wines and icewines for EU access.

3. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

Climatic conditions in Canada are not conducive to large-scale wine production since grape-growing is confined to a few small geographic regions where the growing season is sufficiently long for grapes to reach maturity. Such climatic influences place limitations on the scale of production operations and the cost-competitiveness of wine production.

Canada has one of the lowest domestic market shares (under 40%) among wine-producing countries. By comparison, other countries such as the US, France, Australia and Italy, each control over 85% of their home markets.

There are only a few wineries with 200 or more employees, which would position them as medium-to-large organizations by international standards. There has been a considerable number of consolidations, mergers and acquisitions, which has led to the evolution of two major national wineries with operations in six provinces during the 1990s.

These largest firms have a mix of bottling and blending operations, as well as estate wine businesses, spread across the country. In some

cases, these wineries also have diversified holdings in cider, fruit wines, wine coolers, fruit wine coolers and "hard lemonade", or leisure-type products. These products normally have lower alcohol content than grape wines and have proven to be popular sellers in lower-priced market segments in Canada and the US.

Economies of scale are critical in the production of low-priced wines, but are less important in the production of premium-priced products. Canadian smaller-sized operations have a lower productivity level than some of their much larger California counterparts, although packaging and labour costs are thought to be roughly similar. The "cottage" or small "estate" wineries, producing small volumes of top-quality premium wines in Canada and the US, are more likely to be fairly comparable in costs.

Trade-Related Factors

Canada produces a negligible amount of wine by world standards with about 7,500 hectares of vineyards, compared to the EU which has 3.5 million hectares, of which France alone has 2.5 million hectares.

The small area under vine in Canada limits export production capability compared to the world's largest wine producers. Exports are still key in a global marketplace, particularly if the industry continues to lose domestic market share to imports.

The Canadian wine industry now faces more competition from imports than at any other time in its history. There are no longer tariffs on US wine imports as the

Canada-US Free Trade Agreement is fully implemented. Tariffs with the US were completely phased out by January 1, 1999, and there have been tariff reductions on EU wines since 1995 as a result of the completion of the last WTO negotiations.

EU production and consumption of wine has declined since the mid 1990s, but global wine markets are becoming highly competitive as "New World" producers such as Chile, Argentina, South Africa and Australia are increasing areas under vine, have developed aggressive marketing policies and are promoting products at highly competitive prices. Australia and the US have doubled their exports to Canada during 1995-2000. With the exception of the US, Canadian shipments to "New World" wine-producing countries have been extremely limited as many of these countries have competitive advantages in climate, scale of production, and lower-valued currencies.

Tariff concessions have played some role in the increased volume of export trade to Asia and the US markets by Canadian vintners. There is still only limited access to the EU market, which is tightly regulated. The EU requires that imported wines meet the same production methods as their local wines and comply with restrictive labelling rules in order to gain entry (see 'Export Market' section above).

The recent EU concessions on icewines are expected to lead to annual Icewine exports in the order of \$20 million over the next five years. Icewine access will help to reduce the \$500 million annual trade gap in wines with the EU. However, Icewine is a specialty product and, without further access improvements, a large trade gap between Canada and the EU will remain.

In the past, provincial liquor board listings, distribution and pricing practices have been irritants for countries shipping to Canada. In the mid-1980s, the EU launched a formal complaint regarding provincial liquor board practices. A 1987 GATT Panel upheld this complaint and found the practices to be inconsistent with Canada's international trading obligations.

A bilateral agreement on access was subsequently reached with the EU and has since been extended to other countries. This agreement provided for immediate national treatment of listings and distribution. "National treatment" means providing access for imported products under the same terms as those provided for intraprovincial trade of wine products (or trade within a province).

The agreement also provided for a phasing-out of the difference in price mark-ups for Canadian and foreign wines. However, at the same time, it provided for the continuation of restrictions on the sale of wine in *depanneurs* in Quebec and in a number of off-site winery stores in Ontario run by a few vintners.

Similarly, under the Canada-US Free Trade Agreement, national treatment was granted to US wines for listings and distribution. This allowed US wines to be treated no less favourably than Canadian wines. Differences in price mark-ups between domestic and US wines were virtually eliminated by 1995.

The Federal/Provincial Agreement on Internal Trade (AIT), which came into effect in 1996, provides for improved distribution of alcoholic beverages

interprovincially. Under the AIT, each province must provide "national treatment" for all products imported from other provinces (with some exceptions). For instance, as of December 31, 1999, Ontario began providing full access from other provinces.

Technology-Related Factors

Wine-making may be thought of as a traditional or mature technology. Although the basic process of fermentation remains, new technology in terms of both equipment and processes, is continually being adopted.

Many Canadian vintners have been trained in the leading wine-making educational centres in Europe and California. Canadian innovations in yeast development have translated into a competitive edge for local vintners. New processing and packaging equipment is usually accessible to the industry through its suppliers.

In December 1996, Brock University in Southern Ontario launched the Cool Climate Oenology and Viticulture Institute (CCOVI) in partnership with local industry, federal and provincial governments, and education institutions in the region. Brock's wine focus through CCOVI is to establish the university as one of the few centres in North America to grant degree status to graduates that specialize in studies involving the grape and wine industry. As well, the Institute hopes to make its mark globally in research tied to the cool-climate conditions of the industry in Canada and the US.

The University of British Columbia formed the BC Wine Research Centre in partnership with the Pacific Agri-Food Research Centre and the BC Wine Institute (BCWI) in 1999. The Centre supports wineries and grape growers by

undertaking specialized scientific research projects of interest to the industry.

Partnerships are occurring in industry as well, including international alliances. A significant joint venture between an Ontario winery and a renowned French wine producer was announced early in 2000. The partnership should bring some transfer of wine-making skills. This Canadian/French partnership demonstrates that the giant French producer considers a Canadian winery to be a serious producer of high-quality wines. The partnership should also have positive results in terms of overall international recognition of Canadian-made premium wines.

Regulatory Factors

While provinces have had to eliminate most preferences they traditionally gave to locally-produced wines over wines from other provinces or imports, in order to comply with trade agreements, they still have considerable regulatory influence. This provincial authority stems from a federal statute, the *Importation of Intoxicating Liquors Act*. This federal legislation requires that all liquor imported into Canada be brought in through a provincial liquor board (located within each province in Canada - see list at end of document). The provincial and territorial governments are also responsible for regulating and controlling traffic in intoxicating liquor for sale and consumption within their respective jurisdictions.

These provincial boards collect federal and provincial duties and taxes on alcohol

products, and then add their own mark-up prior to sale of the product.

The Canadian Food and Inspection Agency (CFIA) and the provincial liquor boards work together to ensure that alcoholic beverages, including wines, conform to Canadian standards under the *Food and Drug Act* before being approved for sale in Canada (for alcohol content, toxins, etc.). In addition, both domestic and imported alcoholic beverages must comply with compositional labelling, net quantity and standardized container size requirements under the *Food and Drug* and *Consumer Packaging and Labelling Acts*.

The federal excise tax system for alcoholic beverages presently in effect in Canada imposes taxes on wines produced in Canada at the point of shipment to provincial liquor board warehouses or industry-owned stores. The excise tax on imported wines is calculated from the point where wine is imported and received into liquor board 'bonded' warehouses, but does not become due until the wine is shipped to the point of retail sale.

The Canada Customs and Revenue Agency, in conjunction with the Department of Finance, undertook a complete review of the *Excise Act*. The principal objectives of this exercise were to safeguard the tax revenue generated by alcohol and to provide a fair and modern tax structure that minimizes the impact of government policies on the industry. As of early 2001, amendments to the *Excise Act* by Parliament were still required in order for the new procedures to be implemented. Streamlined procedures should offer cost benefits to wineries in complying with requirements.

Vintners nationwide are increasingly getting behind the VQA quality standards by which consumers can identify high-quality wines based on the origin of the grapes from which they are produced. VQA wines, made exclusively from Canadian grapes, must be produced according to well-defined standards and approved by a tasting panel to determine if they qualify to carry the VQA logo. Canada's VQA regulations delimit the geographic areas where the grapes can be grown and how the wine must be made. They also stipulate which varieties can be used for products that bear the VQA certification mark. The VQA system is comparable to European wine appellation systems such as the Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) in France.

The proclamation of the VQA Act in Ontario in June 2000 turned the voluntary standard-setting system into a mandatory legal one, with VQA Ontario designated as the province's regulatory wine authority. VQA Ontario established an appellation control system for quality wine which establishes, defines and sets quality standards that must be met for a wine to carry the VQA medallion. The VQA standards set out rules of origin, manufacture, bottling and labelling for wines made from 100% provincially-grown grapes.

Through the *Ontario Wine Content and Labelling Act* (replacing the former *Ontario Wine Content Act*), Ontario has legislation that sets out minimum content and labelling standards for the manufacture of wine in Ontario. The objective of this new legislation, which came into force on January 1, 2001, was to increase the

domestic content in Ontario wines and to provide greater clarity in labelling for consumers.

In BC, under the *BC Wine Act*, responsibilities for wine standards, including the enforcement of VQA requirements, has been delegated by the province to the BCWI. Winery representatives from Nova Scotia and the newly-emerging industry in Quebec have, in the past, expressed an interest in adopting VQA standards.

4. Future Challenges and Opportunities

The Canadian wine industry is emerging as a small, internationally-recognized cool-climate player, garnering an impressive list of awards and praise from many of the world's most influential wine critics. The challenge now is to build on the international commendations the Canadian wine industry has received in order to regain domestic market share and to increase export sales. The extensive replantings of new vinifera varieties and the development of the VQA standards provide a good beginning for regaining domestic market share and building exports.

Ontario, which currently accounts for 80% of wine production, is developing a strategic 20-year plan to ensure future industry success. The elements of this plan include a review of land use planning (particularly in the Niagara region), quality improvements such as VQA growth, and wine tourism.

As the wine industry adjusts to exogenous market factors such as lifestyle and demographic changes, it is challenged to address a wide range of issues that contribute to its overall state of competitiveness. These

include, for example, the utilization of new technologies and innovations, image-enhancement promotion in the domestic market, research on new cool-climate grape varieties, improvements in production efficiency and education of domestic foodservice and retail consumers about Canadian wines.

Competition in the global wine industry is fierce. The world continues to plant grape vines at a record-breaking pace. An emphasis on higher quality, massive plantings has occurred over the past two years, primarily in "New World" wine regions. In the late 1990s, the major "New World" exporting countries of Australia, Chile and the US, have increased their total international export sales significantly, including into Canada.

Extensive new plantings of classic varietals make the mid- and long-term international markets look very favourable for these three countries, and competition from these as well as from other "New World" wine producers such as South Africa and Argentina, is expected to increase in the Canadian marketplace. These plantings are beginning to raise concerns about global over-production of wines in the next two to five years, particularly if consumption does not increase.

Various wine studies have been undertaken around the world to determine if there are health benefits from the moderate consumption of wine. Some of these studies have reported very positive results. Most notable is the 'French Paradox', which cites the lower rate of heart disease in France, despite risk factors similar to those in the US. It is believed that these health benefits exist as a result of the French drinking more red wine. The

'French Paradox' garnered worldwide press in the early 1990s and subsequently led to a significant increase in red wine consumption. If such claims continue to gain mainstream acceptance, they could lead to further increases in wine consumption among the general population over time.

Like all food and beverage processors, wineries are assessing how to deal with the emergence of E-commerce. The wine industry will have to determine if it can effectively use this medium to increase efficiencies through business-to-business solutions and the development of web-based marketing strategies.

ASSOCIATIONS

Canadian Vintners Association

Suite 200, 440 Laurier Avenue West

Ottawa, Ontario K1R 7X6

Tel: (613) 782-2283

Fax: (613) 782-2239

email: canadawine@home.com

Internet site: www.canadianvintners.com

British Columbia Wine Institute

Head Office.

9312 Jubilee Road, PO Box 1441

Summerland, BC V0H 1Z0

Phone 250-494-9772

Fax 250-494-9704

Toll Free 1-800-661-2294

Email: bcwi@bcwi.bc.ca

Internet: www.winebc.com

British Columbia Wine Institute

Marketing Division

Suite 400, 601 West Broadway

Vancouver, BC V5Z 4C2

Phone 604-664-7744

Fax 604-903-7396

Toll Free 1-800-811-9911

**Wine Council of Ontario & Vintners
Quality Alliance of Canada**

110 Hannover Drive
St Catharines, Ontario L2W 1A4
Tel: (905) 684-8070
Fax: (905) 684-2993
Internet site: www.wineroute.com

Vintners Quality Alliance Ontario

Suite 1601, 1 Yonge Street
Toronto, Ontario M5E 1E5
Tel: (416) 367-2002
Fax: (416) 367-4004

Association des vignerons du Québec
www.vignerons-du-quebec.com

**The Canadian Wine Institute of Atlantic
Canada**

c/o Vincor (Attention: Charles Bowden)
10 Levesque Street
Scoudouc, New Brunswick E4P 3P3
Tel: (506) 532-4426
Fax: (506) 532-4445
email: charlie.bowden@vincor.ca

PROVINCIAL LIQUOR BOARDS

Yukon Liquor Corporation

9031 Quartz Road
Whitehorse, Yukon Y1A 4P9
Tel: (867) 667-5245
Internet site: www.ylc.yk.ca

**Northwest Territories Liquor
Commission**

Suite 201, 31 Capital Drive
Hay River, NWT X0E 1G2
Tel: (867) 874-2100

**British Columbia Liquor Distribution
Branch**

Ministry of Small Business, Tourism and
Culture
2625 Rupert Street
Vancouver, British Columbia V5M 3T5
Tel: (604) 252-3000
Fax: (604) 252-3464

Alberta Gaming and Liquor Commission

50 Corriveau Avenue
St. Albert, Alberta T8N 3T5
Tel: (780) 447-8600
Fax: (780) 447-8914
Internet site: www.aglc.gov.ab.ca

**Saskatchewan Liquor and Gaming
Authority**

2500 Victoria Avenue
P.O. Box 5054
Regina, Saskatchewan S4P 3M3
Tel: (306) 787-1737
Internet site: www.gov.sk.ca/govt/lga

Manitoba Liquor Control Commission

1555 Buffalo Place
Winnipeg, Manitoba R3C 2X1
Tel: (204) 474-5514
email: info@mlcc.mb.ca
Internet site: www.mlcc.mb.ca

Liquor Control Board of Ontario (LCBO)

General Inquiries
55 Lake Shore Boulevard East
Toronto, Ontario M5E 1A4
Tel: (416) 365-5900
email: info@lcbo.com
Internet site: www.lcbo.com/index.html

Société des alcools du Québec (SAQ)

905, avenue De Lorimier
Montréal, Québec H2K 3V9
Tel: (418) 459-3536
email: info@saq.com
Internet site: www.saq.com

**New Brunswick Liquor Corporation
(NBLC)**

P.O. Box 20787
Fredericton, New Brunswick E3B 5B8
Tel: (506) 452-6510

Nova Scotia Liquor Commission (NSLC)

P.O.Box 8720, Station A
Halifax, Nova Scotia B3K 5M4
Tel: (902) 450-5802

PEI Liquor Control Commission

3 Garfield Street
P.O. Box 967
Charlottetown, PEI C1A 7M4
Tel: (902) 368-5720

Newfoundland Liquor Corporation

P.O. Box 8750, Station A
90 Kenmount Road
St. John's, Newfoundland A1B 3R1
Tel: (709) 724-1100
email: nlc@nfld.com
Internet site: www.nlc.nfld.com

**FEDERAL GOVERNMENT
DEPARTMENTAL CONTACT**

Gayle Smith
Food Bureau
Market and Industry Services Branch
(MISB)
Agriculture and Agri-Food Canada
930 Carling Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0C5
Tel: (613) 759-7536
Fax: (613) 759-7480
email: Smithg@em.agr.ca

The Canadian Wine Products Industry

NAICS 2013 Wine 1980-2000

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	98/90	98/92	AAG 92-96
PRINCIPAL STATISTICS														
Establishments	42	43	39	34	30	35	36	32	32			-23.8%	-17.9%	-3.2%
Companies	38	39	35	31	27	32	33	29	29			-23.7%	-17.1%	-3.1%
Employment Total (number of employees) ^f	1,330	1,257	1,222	1,269	1,107	1,121	1,249	1,308	1,345			1.1%	10.1%	1.6%
Production ^a	727	722	682	713	617	650	694	767	810			11.4%	18.8%	2.9%
Administration ^a	603	535	540	556	490	471	555	541	535			-11.3%	-0.9%	-0.2%
GDP (millions of constant 1992\$)														
Total Shipments (millions \$)	259.3	263.7	292.1	303.6	303.6	322.4	414.7	416.6	411.9			58.9%	41.0%	5.9%
Shipments, Own Manufacturing (millions \$)	257.8	262.6	290.9	302.5	302.6	322.0	373.5	413.5	409.2			58.7%	40.7%	5.9%
Shipments, Own Manufacturing (millions of 1992\$)														
Value-added, Own Manufacturing (millions \$)	133.4	133.5	154.7	156.2	170.1	159.7	203.0	218.6	198.4			48.7%	28.2%	4.2%
Value-added, Own Manufacturing (millions of 1992\$)														
Value-added/worker, Own Manufacturing (millions \$)	0.18	0.18	0.23	0.22	0.28	0.25	0.29	0.29	0.24			33.5%	8.0%	1.3%
Value-added/worker, Own Manufacturing (millions of 1992\$)														
Value-added as % of Shipments, Own Manufacturing	51.7	50.8	53.2	51.6	56.2	49.6	54.3	52.9	48.5			-6.2%	-8.8%	-1.5%
Domestic Market (millions \$)	615.9	598.1	660.4	686.0	733.2	778.6	903.5	995.0	1,144.0			85.7%	73.2%	9.6%
Domestic Penetration	41.6%	43.7%	43.8%	43.4%	40.2%	40.4%	40.8%	40.3%	34.8%			-16.3%	-20.5%	-3.8%
Investment (millions \$) ^a	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Value of Assets, Straight-Line End Yr Net Stock Depreciation	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Capital Construction	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Capital Machinery and Equipment	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Repairs & Maintenance Construction	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
Repairs & Maintenance Machinery and Equipment	X	X	X	X	X	X	X	X	X					
TRADE STATISTICS												00/90	00/92	92-00
Global														
Exports (millions \$)	1.4	1.1	1.4	5.1	7.7	7.4	5.0	12.1	10.7	40.3	80.2	5628.6%	5628.6%	65.9%
Exports as % of Shipments, Own Manufacturing	0.5%	0.4%	0.5%	1.7%	2.5%	2.3%	1.3%	2.9%	2.6%					
Imports (millions \$)	359.5	336.6	370.9	388.6	438.3	464.2	535.0	593.6	745.5	851.5	932.7	159.4%	151.5%	12.2%
Imports as % of Domestic Market	58.4%	56.3%	56.2%	56.6%	59.8%	59.6%	59.2%	59.7%	65.2%					
Balance of Trade (millions \$)	-358.1	-335.5	-369.5	-383.5	-430.6	-456.8	-530.0	-581.5	-734.8	-811.2	-852.5	138.1%	130.7%	11.0%
With the US														
Exports (millions \$)	0.4	0.3	0.6	4.2	6.6	1.3	2.2	3.5	5.7	36.5	74.4	18500.0%	12300.0%	82.7%
Imports (millions \$)	30.2	39.2	52.3	61.0	70.3	71.7	93.9	102.7	128.5	135.4	150.7	399.0%	188.1%	14.1%
Balance of Trade (millions \$)	-29.8	-38.9	-51.7	-56.8	-63.8	-70.4	-91.7	-99.2	-122.8	-98.9	-76.3	156.0%	47.6%	5.0%

Statistics Canada (CANSIM) and/or Annual Survey of Manufactures.

^a Annual Survey of Manufactures.

^b Statistics Canada Capital Expenditures

^c North American Industrial Classification System

X denotes confidentiality

^d Most recent data used when available

^e Average Annual Growth

The following analysis reports are available from the Food Bureau:

Food & Beverage Processing Sector Analysis

- The Canadian Food and Beverage processing Sector - An Overview of Opportunities and Challenges at the Turn of the Century
- Historical Perspective of the Canadian Food and Beverage Processing Sector
- Analysis of the structure of the Canadian Agri-food Industry

Sub-Sector Profiles

- The Canadian Bread and Bakery Industry
- The Canadian Confectionery Industry
- The Canadian Wine Industry
- The Canadian Distillery Industry
- The Canadian Dairy Processing Industry
- The Canadian Red Meat Processing Industry
- The Canadian Feed Industry
- The Canadian Poultry Processing Industry
- The Canadian Snack Food Industry
- The Canadian Fruit and Vegetable Processing Industry
- The Canadian Cane and Beet Sugar Industry
- The Canadian Flour and Related Products Industry
- The Canadian Soft Drink Industry
- The Canadian Bottled Water Industry
- *The Canadian Brewing Industry **
- *The Canadian Tea and Coffee Industry **
- *The Canadian Pasta Industry **
- *The Canadian Fish & Seafood Industry **

* Titles marked with an asterisk are not complete at *time of publication and will be made available on the internet at <http://www.agr.ca>.*

Regional Profiles

- | | |
|----------------------|--------------------|
| • Atlantic Provinces | • Manitoba |
| • Quebec | • Saskatchewan |
| • Ontario | • Alberta |
| | • British Columbia |

Readers can obtain data updates by accessing the electronic version of these reports on ACEIS at <http://www.agr.ca>.

We would be pleased to receive your views, and any comments or suggestions that would improve the substance of these reports. For additional information and/or to provide your comments, please contact:

Food Bureau, Room 501, Sir John Carling Building, Ottawa, Ontario, K1A 0C5, (613) 759-7556.

Les documents sont disponibles en français.

 **Agriculture and
Agri-Food Canada**

**Agriculture et
Agroalimentaire Canada**

Market and Industry
Services Branch

Direction générale des
services à l'industrie et
aux marchés

Food Bureau

Bureau des aliments

L'INDUSTRIE VINICOLE CANADIENNE

Profil du sous-secteur

Janvier 2002

www.agr.ca/food
www.agr.ca/aliments

Canada

L'industrie vinicole canadienne

L'industrie vinicole canadienne, le volet 31213 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 31213), comprend les établissements qui s'adonnent principalement à la préparation du vin ou du brandy en utilisant des raisins ou d'autres fruits. Elle comprend également les établissements qui s'adonnent principalement à la culture des raisins et à la fabrication du vin, celles qui fabriquent du vin en utilisant des raisins ou d'autres fruits achetés ou qui effectuent des coupages de vins ou celles qui distillent du brandy.¹

1. Structure de l'industrie

Les vins de table fabriqués à partir du raisin constituent le plus important segment du marché; ils se divisent en deux catégories : les vins à prix modique et moyen ou « vins ordinaires » (80 % des ventes), et les vins de qualité moyenne à supérieure, notamment les vins de glace. Pour cette dernière catégorie, la description, l'appellation ou l'origine du produit sont des renseignements importants aux yeux des consommateurs.

Selon les plus récentes données de Statistique Canada, 32 établissements² vinicoles ont effectué des livraisons s'élevant à 409,2 millions de dollars et ont employé 1345 personnes en 1998. Pour la même année, les importations³ s'élevaient à près de 750 millions de dollars, soit environ 65 % du marché canadien, avec comme principaux fournisseurs la France, l'Italie et les États-Unis, tandis que nos exportations³ de vin demeurent assez faibles, affichant entre 6 et 10 millions de dollars seulement annuellement, au cours des dernières années (voir figure 1). Toutefois, la production et l'exportation du vin de raisins et d'autres produits dérivés, comme les vins de fruits, les vins panachés et la limonade alcoolisée, ont connu une croissance poussée depuis 1998, surtout vers les États-Unis (voir figure 4).

L'industrie se concentre principalement en Ontario, en Colombie-Britannique et au Québec. En effet, environ 82 % de ses livraisons proviennent de l'Ontario, 18 % de la Colombie-Britannique, et le reste, principalement du Québec. Il existe près de 170 établissements vinicoles dans l'ensemble du Canada, dont plusieurs sont de petits vignobles. Le nombre de « producteurs-éleveurs », où les raisins sont habituellement cultivés dans des vignobles appartenant à l'établissement, croît sans cesse. Ces établissements emploient habituellement entre 20 et 100 personnes, mais une main d'œuvre

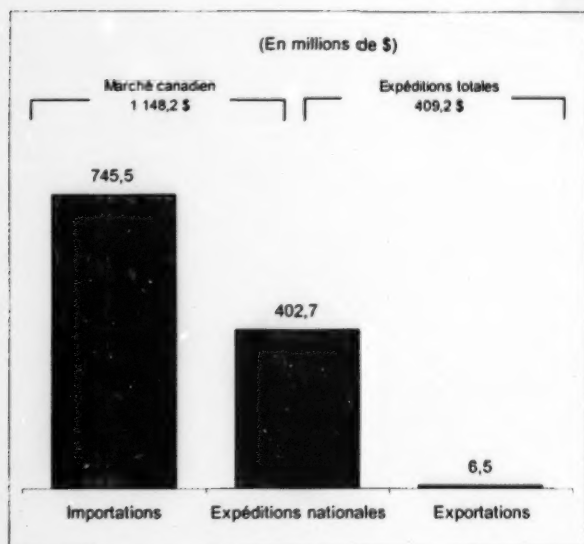
¹ Statistique Canada a procédé à la restructuration des industries du secteur. Par conséquent, on a transposé la définition du vin de la Classification type des industries (CTI) au volet 31213 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) pour toutes les données statistiques, à l'exception de celles sur les exportations et les importations, pour lesquelles on utilise toujours les données du CTI. Étant donné que le vin fabriqué à partir du raisin constitue la plus grande partie du SCIAN 31213, ce document porte principalement sur la production vinicole, mais d'autres boissons alcoolisées, notamment le brandy, le cidre, le vin de fruits et le vin panaché, font également partie de ce SCIAN. De plus, il existe un certain nombre de petits établissements vinicoles (environ 50) qui ne sont pas inclus dans les données de Statistique Canada.

² Les établissements figurant au SCIAN 31213 ont un chiffre d'affaires au-delà de 30 000 \$, d'après le volume des vins vendus, et doivent s'adonner à la fabrication; en outre, la plus grande partie de leur valeur ajoutée doit être obtenue grâce à leurs activités de préparation du vin. Ces établissements ne comprennent pas ceux qui effectuent des coupages de vins.

³ Les importations de vin du CTI 1141 comprennent le vin de raisins en plus des autres boissons alcoolisées mentionnées ci-dessus. Toutefois, le principal produit importé est le vin fabriqué à partir du raisin et les exportations de ce type de vin s'élèvent à 6,5 millions de dollars.

supplémentaire est nécessaire durant la période des vendanges. Les ventes des « producteurs-éleveurs » représentent environ 12 % du total de la production à l'échelle nationale.

Figure 1 : Importations³, exportations³ et livraisons intérieures en 1998



¹ Statistique Canada a procédé à la restructuration des industries du secteur. Par conséquent, on a transposé la définition du vin de la Classification type des industries (CTI) au volet 31213 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) pour toutes les données statistiques, à l'exception de celles sur les exportations et les importations, pour lesquelles on utilise toujours les données du CTI. Étant donné que le vin fabriqué à partir du raisin constitue la plus grande partie du SCIAN 31213, ce document porte principalement sur la production vinicole, mais d'autres boissons alcoolisées, notamment le brandy, le cidre, le vin de fruits et le vin panaché, font également partie de ce SCIAN. De plus, il existe un certain nombre de petits établissements vinicoles (environ 50) qui ne sont pas inclus dans les données de Statistique Canada.

³ Les importations de vin du CTI 1141 comprennent le vin de raisins en plus des autres boissons alcoolisées mentionnées ci-dessus. Toutefois, le principal produit importé est le vin fabriqué à partir du raisin et les exportations de ce type de vin s'élèvent à 6,5 millions de dollars.

On considère que l'industrie est relativement concentrée, les cinq principales entreprises vinicoles alimentant près de 90% de la production totale de vin. Les autres établissements se composent de « producteurs-éleveurs » et de « caves de vinification d'agriculteurs », où la fabrication de vin peut s'inscrire dans une exploitation agricole plus vaste. Pour cette raison, les données sur l'industrie du vin de Statistique Canada (SCIAN 31213) ne tiennent pas compte de la vinification à la ferme¹.

En Colombie-Britannique, selon les représentants de l'industrie, 94 % du volume des ventes effectuées par l'entremise de la régie des alcools provient de quatre grands établissements vinicoles, tandis que 59 petits établissements se partagent le reste des ventes.

On ne produit pas de vin dans la région des Prairies, mais deux installations d'embouteillage de vin de coupage sont situées en Alberta; elles sont toutes deux exploitées par une des deux principales entreprises vinicoles du Canada.

En Ontario, selon les renseignements fournis par l'industrie, près de 75 % des vins canadiens vendus par l'entremise de la régie des alcools proviennent de deux grandes entreprises, et le reste des produits vendus provient d'environ 90 petits établissements vinicoles ontariens.

Au Québec, le secteur vinicole repose essentiellement sur la valeur ajoutée par l'embouteillage et le coupage de vins importés en vrac. On compte également 35 nouveaux petits viticulteurs ou producteurs-éleveurs dans cette province, produisant 100,000 bouteilles par année.

Dans les Maritimes, six petites entreprises comptent pour 13,5 % du volume de vin produit, alors que les deux plus importantes entreprises vinicoles du Canada produisent du vin en vrac dans cette région.

L'industrie vinicole de l'Ontario et de la Colombie-Britannique est étroitement liée au secteur de la viticulture; les politiques agricoles provinciales ont donc des répercussions directes sur celle-ci. Chaque année, les marchands de vins de l'Ontario négocient avec les viticulteurs, représentés par leur association de producteurs, pour établir le prix du raisin. En Colombie-Britannique, le marché du raisin n'est pas réglementé et les viticulteurs et les établissements vinicoles concluent des marchés par voie privée entre eux.

Les établissements vinicoles s'approprient habituellement près de 80 % de la production annuelle de raisin; le reste est principalement destiné au marché de la consommation de jus et de fruits frais. Les établissements vinicoles de l'Ontario et de la Colombie-Britannique achètent annuellement pour près de 75 millions de dollars de raisins.

L'industrie est très réglementée (voir la section « Facteurs liés à la réglementation » plus loin). Les vins, tout comme les autres boissons alcoolisées, doivent être distribués et vendus par l'entremise de la régie des alcools provinciale. Certaines provinces autorisent les établissements vinicoles à vendre leurs propres produits sur place. Au Québec, la vente dans les épiceries n'est permise que pour les vins embouteillés dans la province.

2. Rendement

Marché national

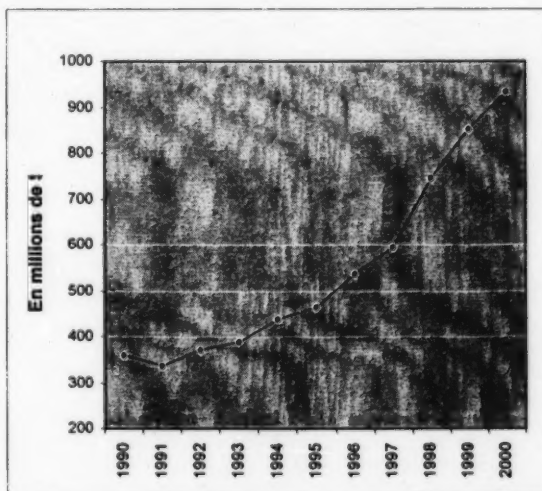
Le marché national constitue le plus important débouché pour les vins canadiens, même si on constate une diminution de la consommation

annuelle de boissons alcoolisées. En effet, celle-ci a connu une baisse modérée entre 1988 et 1999, passant de 9,55 litres à 8,8 litres. Également, la consommation par habitant est relativement faible comparée à d'autres pays producteurs de vin comme la France et l'Italie, où la consommation par habitant est d'environ 60 litres.

Le succès des vins importés sur le marché national se poursuit, les ventes ayant passé de 360 millions de dollars en 1990 à près de 933 millions en 2000, ce qui comprend également les autres produits comme le vin de fruits, le vin panaché et le cidre (voir figure 2).

La part du marché national détenue par les importations a donc augmenté, passant de 58 % en 1990 à 65 % en 1998. De ce nombre, la France en alimente le tiers, suivie par les États-Unis (19,5 %), l'Italie (16,8 %) et le Chili (11,2 %).

Figure 2 : Importations de vin fabriqué à partir du raisin et d'autres produits dérivés³, 1990 à 2000



³ Les importations de vin du CTI 1141 comprennent le vin de raisins en plus des autres boissons alcoolisées mentionnées ci-dessus. Toutefois, le principal produit importé est le vin fabriqué à partir du raisin et les exportations de ce type de vin s'élèvent à 6,5 millions de dollars.

Les projets de commercialisation de l'industrie canadienne n'ont jamais pu prendre leur envol en raison de la perception négative des consommateurs quant à la qualité du produit. La qualité des vins canadiens s'est énormément améliorée au fil des ans; d'ailleurs, ils sont nombreux à s'être vu décerner des prix dans le cadre de concours internationaux. Cette amélioration a été rendue possible grâce à la culture de nouveaux raisins *vinifera* de qualité supérieure, notamment le Chardonnay, le Riesling, le Merlot, le Pinot noir et le Cabernet Sauvignon. Les consommateurs, qui sont mieux informés à cet égard, apprécient de plus en plus ces améliorations au chapitre de la qualité.

Le passage à grande échelle aux nouvelles variétés de raisins a marqué le début d'une ère concurrentielle qui s'est amorcée à la suite de l'accord de libre-échange conclu en 1989 entre le Canada et les États-Unis. Cet accord a incité les viticulteurs à remplacer les vignes Labrusca et Hybrides françaises, qui avaient jusque là constitué l'assise de la production. Ces variétés ne convenaient pas à la production de vins de plus grande qualité que demandaient de plus en plus les consommateurs canadiens et les principaux marchés mondiaux. L'Ontario et la Colombie-Britannique ont tous deux remplacé leurs vignes par des variétés plus en demande.

L'industrie vinicole s'est peu à peu adaptée à la libéralisation du commerce en mettant l'accent sur les vins de qualité supérieure et en lançant de nouveaux produits pour lesquels le Canada possède un avantage concurrentiel, par exemple les vins de glace. Les établissements de vinification ont également lancé de nouvelles gammes de produits ou redéfini leur position en rehaussant l'image de marque de leurs produits. On a également amélioré de nombreux vins coupés ou embouteillés à partir de produits canadiens ou importés afin de les améliorer et

de les adapter à l'évolution des goûts des consommateurs.

Un élément clé de la nouvelle industrie vinicole canadienne a été la création de la Vintners Quality Alliance (VQA). La norme VQA a été lancée en Ontario en 1988 et en Colombie-Britannique en 1990 sous forme de système «d'appellation d'origine» permettant aux consommateurs de reconnaître la qualité supérieure des vins en se fondant sur l'origine des raisins ayant servi à leur production.

La norme VQA est devenue un outil de mise en marché important, car elle constitue pour les consommateurs nationaux et étrangers une assurance de qualité. Depuis son entrée en vigueur en 1988-1989, les ventes de vin VQA n'ont cessé d'augmenter pour atteindre 4,6 millions de litres en 1999.

Les vins de glace canadiens ont remporté les honneurs lors des foires du vin les plus prestigieuses à l'échelle mondiale, notamment Vinexpo et VinItaly. Le vin de glace est fabriqué à partir de raisins qui ont gelé sur la vigne. Le Canada, l'un des rares pays producteurs de vin de glace, avec l'Autriche et l'Allemagne, est un chef de file mondial dans ce domaine. Il a acquis au fil des ans une excellente réputation à titre d'un des meilleurs et des plus importants producteurs de ce type de vin de qualité supérieure. En 1998, les exportations de vin de glace ont dépassé les 30 millions de dollars, principalement vers l'Asie.

L'industrie vinicole canadienne doit également faire face à une concurrence accrue des centres de vinification par le client (U-Vint). Il s'agit de détaillants qui fournissent aux consommateurs les ingrédients, le matériel et les installations nécessaires à la production de leur propre vin.

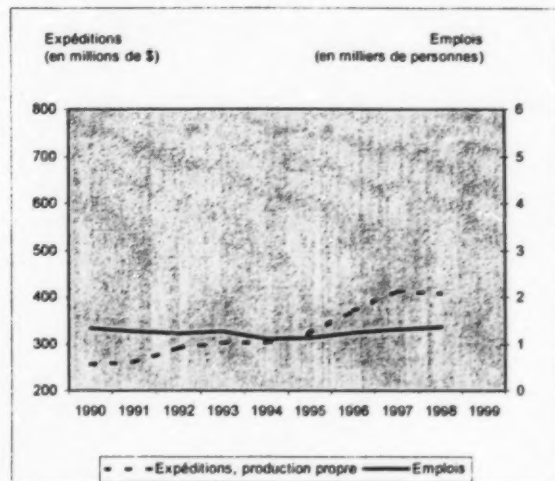
Le lien qui existe entre la viticulture et le tourisme dans les deux principales régions vinicoles du Canada, soit la région de l'Okanagan, en Colombie-Britannique, et celle de la péninsule du Niagara, en Ontario, entraîne des retombées économiques positives sur ces régions, mais les excursions dans les régions vinicoles permettent également d'apprécier davantage le raffinement des établissements vinicoles et l'amélioration de la qualité des vins.

Emploi

La situation de l'emploi dans l'industrie vinicole a subi d'importantes fluctuations : le nombre d'employés est passé de 1 330 en 1990 à 1 107 en 1994, et a ensuite augmenté pour atteindre 1 345 employés en 1998 (voir figure 3). Il faut aussi tenir compte du caractère saisonnier des emplois dans ce secteur. Un plus grand nombre de personnes sont embauchées durant la période de récolte des fruits, plus particulièrement dans les petits établissements vinicoles.

En 1998, la productivité, calculée selon la production valeur ajoutée par employé, s'est améliorée de 33 % par rapport à 1990. En effet, bien que le nombre d'employés de la production ait augmenté légèrement entre 1990 et 1998, les livraisons manufacturières ont aussi augmenté considérablement durant cette période (voir figure 3). Un autre facteur à prendre en considération : l'automatisation de la fabrication du vin à mesure que les viticulteurs canadiens adoptent de nouvelles technologies.

Figure 3 : Livraisons totales de la production propre et emploi en 1990-1998



Investissement

Les données de Statistique Canada relatives à l'investissement permettent de constater qu'en moyenne les dépenses en capital dans l'industrie vinicole augmentent d'environ 12,4 %⁴ par année. Il fallait augmenter l'investissement dans le secteur afin de soutenir les ambitieux plans de croissance de l'industrie. Certains grands établissements vinicoles ont acheté d'autres produits alcoolisés, notamment des vins de fruits, des cidres et des limonades alcoolisées, dont l'importance ne cesse de s'accroître dans le segment des produits à prix modique du marché national.

⁴ Les données sur les investissements proviennent de Statistique Canada (CTI 1141) pour la période de 1988 à 1997.

Marché d'exportation

Les exportations de vin seulement, qui comptaient pour 0,3 % de la production nationale en 1990, ont augmenté pour atteindre près de 1,6 % en 1998. En dollars, les exportations ont augmenté de manière significative au cours de cette période, passant de 680 499 \$ en 1990 à 6,5 millions de dollars en 1998, pour atteindre 9,7 millions de dollars en 2000. Les États-Unis et l'Asie constituent les principaux marchés. Depuis 1997, la croissance du marché d'exportation, plus particulièrement dans les marchés outre-mer, a stagné en raison de l'intensification de la concurrence mondiale et des difficultés économiques qu'a connu l'Asie du Sud-Est. Toutefois, les exportations à destination des États-Unis ont connu une hausse. En 2000, environ 45 % des exportations totales de vin étaient destinées au marché américain, pour atteindre 4,4 millions de dollars (voir figure 4).

Les efforts des viticulteurs visant à remplacer les vignes *Labrusca* et Hybrides françaises par de nouvelles variétés qui sont plus en demande et qui permettent de produire des vins de qualité supérieure commencent à donner des résultats.

Bien que la tendance soit à la hausse en ce qui concerne les exportations de vin fabriqué à partir de raisins, leur croissance est demeurée modeste. Toutefois, la croissance d'autres produits, comme le cidre, le vin de fruits, le poiré, l'hydromel, la limonade alcoolisée, et autres, a été remarquable en 1999 et 2000. En effet, les exportations de vin et d'autres produits dérivés sont passées de 10,7 millions de dollars en 1998 à 40,3 millions en 1999, puis à 80,2 millions en 2000. Ces hausses sont principalement attribuables aux exportations de boissons fermentées (et dans une moins grande part, de cidre, saké, poiré, bière de gingembre)

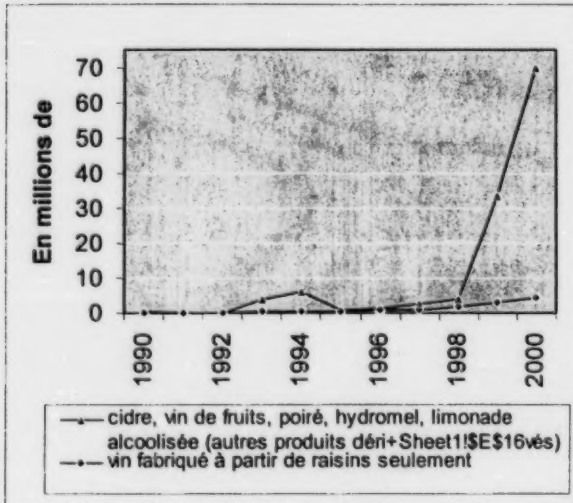
vers les États-Unis, totalisant jusqu'à 70 millions des 80 millions de dollars attribuables aux exportations en 2000. Un taux de change favorable entre le Canada et les États-Unis combiné à la baisse des tarifs se sont révélés des facteurs déterminants à ce chapitre (voir figure 4).

En dépit de la crise économique qu'elle a connue, l'Asie du Sud-Est représente une région pouvant offrir de nombreuses possibilités pour ce qui est du vin de glace. L'augmentation des ventes de cette dernière sur le marché asiatique a d'une certaine façon permis au Canada de poursuivre sur sa lancée au chapitre des exportations.

Malgré sa renommée et sa popularité aux concours de dégustation de vin tenus en Europe, le vin de glace du Canada a été, jusqu'à tout récemment, interdit par l'UE, car il ne respecte pas leur réglementation concernant la teneur résiduelle en sucre. Au début de 2001, le vin de glace canadien s'est vu exempté du règlement de l'UE concernant la teneur résiduelle en sucre, et la vente est maintenant autorisée dans ce marché. Les ventes du vin de glace canadien devraient donc augmenter considérablement.

De nombreuses discussions sont en cours avec l'Union européenne afin d'obtenir un meilleur accès au marché. Jusqu'à une époque récente, la réglementation actuelle limitait l'importation de vins canadiens à 100 000 hectolitres de vin de table, excluant le vin de glace. Toutefois, l'Union européenne accepte tous les vins canadiens qui répondent aux normes de fabrication des vins de l'UE. L'Ontario et la Colombie-Britannique sont responsables de la certification des vins de table et des vins de glace en vue de leur exportation vers l'UE.

Figure 4 : Exportations de vin et d'autres produits dérivés aux États-Unis, 1990 à 2000



3. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Au Canada, les conditions climatiques ne favorisent pas la production à grande échelle étant donné que la viticulture est concentrée dans quelques régions seulement, où la saison de croissance est suffisamment longue pour permettre aux raisins de mûrir à point. Ces contraintes climatiques limitent les activités et la compétitivité des coûts liées à la production vinicole.

La part du marché intérieur du Canada (moins de 40 %) est l'une des plus faibles parmi les pays producteurs de vin. En comparaison, d'autres pays, comme les États-Unis, la France, l'Australie et l'Italie, détiennent plus de 85 % de leur marché national.

Il n'existe que quelques établissements vinicoles comptant 200 employés et plus qui pourraient se classer parmi les moyennes et grandes entreprises selon les normes internationales. Au cours des années 1990, on a assisté à un nombre considérable de regroupements, de fusions et d'acquisitions, ce qui a mené à la formation de deux principaux établissements vinicoles, dont les activités se déroulent dans six provinces.

Ces grandes entreprises ont mis en place un peu partout au pays des installations où on procède à l'embouteillage et au coupage de vins, ainsi que des « caves » de vinification. Dans certains cas, elles mettent également en marché divers produits comme du cidre, du vin de fruits, du vin panaché, de la limonade alcoolisée et d'autres types de produits rafraîchissants. Ces produits ont habituellement une teneur en alcool moins élevée que le vin et ils connaissent beaucoup de succès au Canada et aux États-Unis dans les segments de produits à prix modique.

Les économies d'échelle constituent un facteur essentiel dans le domaine de la production de vins à prix modique, ce qui n'est pas le cas pour la production de produits de qualité supérieure. Le niveau de productivité des entreprises canadiennes plus petites est moins élevé que celui de certaines grandes entreprises californiennes de même type, même si les coûts d'emballage et de la main d'œuvre sont à peu près équivalents. Les coûts assumés par les petits établissements vinicoles, qui produisent de petites quantités de vin de qualité supérieure au Canada et aux États-Unis, sont plus susceptibles d'être comparables.

Facteurs liés au commerce

Au Canada, la production de vin est négligeable par rapport à la production mondiale, le Canada ne possédant que 7 500 hectares de vignobles. En comparaison, l'UE compte 3,5 millions d'hectares de vignobles, dont 2,5 millions uniquement en France.

En raison de la petite superficie sous vignobles au Canada, la capacité de production destinée à l'exportation est limitée comparativement aux plus grands producteurs de vin à l'échelle internationale. Les exportations demeurent toutefois un secteur clé dans le cadre du marché international, plus particulièrement si l'industrie continue de voir sa part du marché intérieur fondre en faveur des importations.

L'industrie vinicole canadienne doit maintenant faire face à une concurrence plus vive que jamais provenant des produits importés. À la suite de la mise en œuvre de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, on a éliminé les tarifs douaniers qui s'appliquaient au vin importé des États-Unis. En effet, les tarifs qui s'appliquaient aux vins américains ont été complètement éliminés le 1^{er} janvier 1999, et ceux frappant les vins de l'UE ont subi des réductions depuis 1995 au terme des dernières négociations de l'OMC.

La production et la consommation de vin de l'UE sont en baisse depuis le milieu des années 1990, mais les marchés internationaux sont de plus en plus concurrentiels à mesure que les producteurs du « Nouveau Monde », comme l'Afrique du Sud, l'Argentine, l'Australie et le Chili augmentent leurs superficies sous vignobles, élaborent des politiques de commercialisation vigoureuses et font la promotion de leurs produits à des prix très compétitifs. Entre 1995 et 2000, les exportations

de l'Australie et des États-Unis ont doublé au Canada. À l'exception des États-Unis, les exportations de vins canadiens vers les producteurs vinicoles du « Nouveau Monde » ont été très limitées, car bon nombre de ces pays possèdent des avantages concurrentiels, notamment le climat, l'échelle de production et la faible valeur de leur monnaie.

Les concessions tarifaires ont contribué à l'augmentation du volume des exportations des viticulteurs canadiens vers les marchés asiatiques et américains. L'accès des produits canadiens au marché de l'UE est encore très restreint, celui-ci étant fortement réglementé. En effet, les vins importés doivent répondre aux mêmes normes de production que les vins locaux et à des règles strictes en matière d'étiquetage pour que leur vente soit autorisée sur le marché de l'UE (voir la section intitulée « Marché d'exportation » ci-dessus).

Les récentes concessions de l'UE à l'égard du vin de glace canadien devraient permettre d'en exporter pour 20 millions de dollars au cours des cinq prochaines années. L'accès du vin de glace au marché de l'UE permettra également de réduire le déficit de la balance commerciale de 500 millions de dollars entre le Canada et l'UE dans le domaine des vins. Cependant, le vin de glace est un produit spécialisé, et l'important écart qui existe entre le Canada et l'UE persistera si l'accès au marché demeure aussi restreint.

Par le passé, les activités d'inscription au catalogue, de distribution et d'établissement des prix des régies des alcools nuisaient aux pays qui exportaient leurs produits au Canada. Au milieu des années 1980, l'UE avait déposé une plainte officielle contre ces pratiques. En 1987, un groupe spécial du GATT a fait droit à cette plainte et jugé les pratiques du Canada

incompatibles avec ses obligations en matière de commerce international.

On a ensuite conclu avec l'UE un accord bilatéral sur l'accès au marché et on l'a subséquemment étendu à d'autres pays. L'accord prévoit d'accorder le traitement national immédiat pour ce qui est des inscriptions au catalogue et de la distribution. On entend par « traitement national » l'accès par les produits importés aux mêmes conditions que celles qui s'appliquent aux produits provinciaux vendus au sein d'une province ou d'une province à l'autre.

En vertu de cet accord, on prévoit également un retrait graduel de l'écart de prix entre les vins canadiens et étrangers. Toutefois, les restrictions à la vente de vin dans les dépanneurs au Québec et dans un certain nombre d'établissements vinicoles distincts exploités par quelques viticulteurs en Ontario continueront de s'appliquer.

De même, en vertu de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, le traitement national était assuré aux vins américains pour ce qui est de l'inscription au catalogue et de la distribution. Cette mesure permettait de s'assurer que les vins américains fassent l'objet d'un traitement au moins aussi favorable que celui des vins canadiens. Il n'existait pratiquement plus d'écart de prix entre les vins canadiens et américains en 1995.

L'Accord fédéral-provincial sur le commerce intérieur (ACI), qui est entré en vigueur en 1996, prévoit une meilleure distribution interprovinciale des boissons alcoolisées. Selon l'ACI, chaque province doit assurer, à quelques exceptions près, le « traitement national » à tous les produits importés des autres provinces. Par exemple, le 31 décembre 1999, l'Ontario a commencé à donner plein accès à tous les vins

des autres provinces.

Facteurs liés à la technologie

Certains considèrent la vinification comme une technologie traditionnelle ou pleinement développée. Même si le principe de base, la fermentation, demeure le même, les viticulteurs continuent d'adopter de nouvelles technologies (matériel ou procédés).

De nombreux négociants en vins ont suivi une formation offerte dans des établissements d'enseignement d'Europe et de Californie reconnus en matière de viticulture. Les innovations canadiennes dans le domaine des levures ont conféré des avantages concurrentiels aux négociants en vins locaux. L'industrie a habituellement accès au nouveau matériel de transformation et d'emballage par l'entremise de ses fournisseurs.

En décembre 1996, l'Université Brock, dans le sud de l'Ontario, a mis en place le Cool Climate Oenology and Viticulture Institute (CCOVI) en collaboration avec l'industrie locale, les gouvernements fédéral et provincial, ainsi que les établissements d'enseignement de la région. Cette nouvelle orientation permettra à Brock, par l'entremise du CCOVI, de devenir l'un des rares centres en Amérique du Nord à décerner un grade universitaire aux diplômés qui se spécialisent dans des études sur la vigne et l'industrie vinicole. En outre, l'institut espère se distinguer à l'échelle mondiale par ses recherches sur les conditions de climat frais de l'industrie vinicole au Canada et aux États-Unis.

En 1999, l'Université de Colombie-Britannique a formé le BC Wine Research Centre en collaboration avec le Centre de

recherches en agroalimentaire du Pacifique et le BC Wine Institute (BCWI). Le centre aide les établissements vinicoles et les viticulteurs en mettant en œuvre des projets de recherche scientifique spécialisée dont toute l'industrie bénéficiera.

On procède également à l'établissement de partenariats au sein de l'industrie, y compris des alliances internationales. Un important projet conjoint entre un établissement vinicole de l'Ontario et un producteur vinicole français renommé a été annoncé au début de 2000. Le partenariat devrait permettre de s'échanger des compétences en matière de viticulture. Il prouve aussi que le géant de la production vinicole européenne considère l'établissement canadien comme un producteur sérieux de vins de qualité supérieure. Ce partenariat devrait avoir des retombées positives sur la renommée internationale de l'ensemble des vins de qualité supérieure produits au Canada.

Facteurs liés à la réglementation

Les provinces ont dû éliminer la préférence qu'elles accordaient par le passé aux vins locaux par rapport à ceux des autres provinces ou aux importations afin de se conformer aux accords commerciaux, mais elles jouent encore un rôle important au chapitre de la réglementation. Ce pouvoir des provinces découle d'une loi fédérale, soit la *Loi sur l'importation des boissons enivrantes*. En vertu de cette dernière, l'importation au Canada de toutes les boissons alcoolisées doit être effectuée par l'entremise d'une régie des alcools provinciale (située dans chaque province du Canada - voir la liste à la fin du document). Les gouvernements provinciaux et territoriaux sont également responsables de la réglementation et du contrôle du commerce des boissons enivrantes destinées à la vente et à la consommation dans la province.

Les régies provinciales perçoivent les taxes fédérales et provinciales sur les produits alcoolisés, et ajoutent ensuite leur propre majoration de prix avant de vendre le produit.

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et les régies des alcools provinciales veillent conjointement à ce que les boissons alcoolisées, notamment les vins, soient conformes aux normes canadiennes en vertu de la *Loi sur les aliments et drogues* avant qu'ils soient approuvés à la vente au Canada (teneur en alcool, toxines, etc.). En outre, les boissons alcoolisées nationales et importées doivent être conformes aux exigences de la *Loi sur les aliments et drogues* et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* relativement à la composition et à l'étiquetage, à la quantité nette et aux formats normalisés pour les contenants.

Le système de taxes d'accise qui s'applique aux boissons alcoolisées actuellement en vigueur au Canada impose des taxes sur les vins canadiens au point d'expédition vers les entrepôts ou les magasins de la régie des alcools provinciale. La taxe d'accise sur les vins importés est calculée au moment où le produit est livré aux entrepôts « de douane » de la régie des alcools, mais elle ne devient exigible qu'au moment où il est expédié au point de vente au détail.

L'Agence des douanes et du revenu du Canada conjointement avec le ministère des Finances, a entrepris un examen exhaustif de la *Loi sur la taxe d'accise*. Cet examen visait surtout à conserver les recettes fiscales provenant de la vente d'alcool et à fournir un barème de taxes équitable et moderne réduisant au minimum l'incidence des politiques gouvernementales sur l'industrie.

Au début de 2001, les modifications que devait apporter le Parlement à la *Loi sur l'accise* étaient toujours nécessaires en vue de mettre en œuvre les nouvelles procédures. La simplification des procédures devraient permettre aux établissements vinicoles qui doivent se conformer aux exigences de réaliser des économies à cet égard.

Les marchands de vins à l'échelle nationale utilisent de plus en plus les normes de qualité de la Vintners Quality Alliance (VQA), qui permettent aux consommateurs de reconnaître la qualité supérieure des vins en se fondant sur l'origine des raisins ayant servi à leur production. Les vins qui portent l'appellation et le logo VQA, fabriqués exclusivement à partir de raisins cultivés au Canada, doivent être produits conformément à des normes bien définies et également être approuvés par un comité de dégustation. Le règlement relatif à la norme VQA du Canada délimite les régions où l'on peut cultiver les raisins et la façon dont le vin doit être fabriqué. Le règlement prévoit également les variétés qui peuvent être utilisées dans la fabrication des produits qui portent le sceau VQA. Le système VQA est semblable aux systèmes d'appellation utilisés en Europe, notamment l'appellation d'origine contrôlée (AOC) en France.

L'adoption de la *Loi sur la société appelée Vintners Quality Alliance* en juin 2000 a permis de donner force de loi en Ontario à un système de normalisation volontaire, désignant ainsi la VQA de l'Ontario comme l'autorité de réglementation de la province en matière de vin. La VQA de l'Ontario met en place un système de contrôle d'appellations pour les vins de qualité dans la province; celui-ci déterminera, définira et établira les normes de qualité qu'un vin devra respecter afin de porter l'appellation VQA. Les normes VQA renferment des exigences quant à l'origine, la fabrication,

l'embouteillage et l'étiquetage du vin fabriqué à partir de raisins cultivés à 100 % dans la province.

La *Loi sur le contenu et l'étiquetage du vin* en vigueur en Ontario (qui remplace la *Loi sur le contenu du vin*) vise à établir des normes minimales sur le contenu et l'étiquetage des vins fabriqués en Ontario. La nouvelle loi, qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2001, prévoit une augmentation du contenu national des vins de l'Ontario et une plus grande précision de l'étiquetage des produits destinés aux consommateurs.

En Colombie-Britannique, en vertu de la *B.C. Wine Act*, la province a délégué les responsabilités en matière de normes relatives aux vins, y compris l'application des normes de la VQA, à la B.C. Wine Institute. Des représentants d'établissements vinicoles de la Nouvelle-Écosse et de la nouvelle industrie vinicole qui se développe au Québec se sont, dans le passé, dits intéressés à adopter les normes VQA dans leur province respective.

4. Défis et possibilités

L'industrie vinicole canadienne est maintenant considérée comme une petite industrie de viticulture en climat frais reconnue à l'échelle internationale; elle s'est vue mériter une liste impressionnante de prix et a reçu des éloges de la part de nombreux critiques de vin renommés internationalement. Le défi consiste maintenant à miser sur cette réputation dont elle jouit à l'échelle internationale afin de regagner sa part du marché intérieur et d'augmenter les ventes destinées à l'exportation. La plantation d'un grand nombre de vignes de l'espèce *vinifera* et l'élaboration des normes de la VQA constituent un bon départ en vue d'atteindre ces objectifs.

En Ontario, province qui alimente 80 % de la production totale de vin au Canada, l'élaboration d'un plan stratégique s'étalant sur 20 ans est en cours pour maintenir le succès de l'industrie dans le futur. Ce plan comprend un examen des plans d'utilisation des terres (plus particulièrement dans la région du Niagara), une amélioration de la qualité, notamment la croissance de la VQA, et le développement du tourisme lié à l'industrie vinicole.

Au moment où l'industrie s'adapte à des facteurs de marché exogènes, tels que l'évolution des styles de vie et de la démographie, elle doit aussi s'attaquer à toute une gamme d'enjeux qui influent sur sa compétitivité globale. Parmi ces enjeux, on compte notamment l'adoption de nouvelles technologies et d'innovations, la promotion de son image de marque sur le marché national, la recherche sur les nouvelles variétés de vigne de climat frais, l'amélioration de l'efficacité de la production et la sensibilisation des services d'alimentation et des consommateurs aux vins canadiens.

La concurrence est féroce au sein de l'industrie vinicole mondiale. Partout dans le monde, on continue de planter des vignobles à un rythme effréné. Étant donné que l'industrie est axée sur des produits de qualité supérieure, on a constaté un grand nombre de nouvelles plantations au cours des deux dernières années dans les régions vinicoles du « Nouveau Monde ». À la fin des années 1990, les grands pays exportateurs du « Nouveau Monde », soit l'Australie, le Chili et les États-Unis, ont augmenté leurs ventes totales à l'exportation à l'échelle internationale, y compris au Canada.

Parce que ces pays ont procédé à la plantation d'un grand nombre de vignes de variétés classiques, les perspectives à moyen et à long termes sur les marchés internationaux leur semblent très favorables, et on peut s'attendre à

ce qu'ils intensifient leur concurrence sur le marché canadien, tout comme les producteurs vinicoles du « Nouveau Monde », tels que l'Afrique du Sud et l'Argentine. Certains commencent à s'inquiéter de cette situation, qui pourrait entraîner une surproduction de vin à l'échelle mondiale au cours des deux à cinq prochaines années, surtout si le niveau de consommation n'augmente pas en conséquence.

Plusieurs études ont été menées à l'échelle mondiale afin de vérifier si la consommation modérée de vin pouvait entraîner des effets bénéfiques sur la santé. Certaines de ces études laissent entrevoir des résultats très positifs. La plus importante est celle traitant du « paradoxe français », qui fait état d'une baisse des maladies cardiaques en France, malgré la présence de facteurs de risques semblables à ceux que l'on retrouve aux États-Unis. On croit que ces bienfaits sur la santé proviennent du fait que les Français boivent plus de vin rouge. Le paradoxe français s'est attiré la faveur de la presse à travers le monde au début de 1990 et a, par la suite, provoqué une hausse de la consommation de vin rouge. Si de telles allusions continuent de gagner la faveur du public, il pourrait s'en suivre une hausse de la consommation de vin dans la population en général.

Comme toutes les entreprises de transformation d'aliments et de boissons, les établissements vinicoles évaluent actuellement diverses façons de s'adapter au commerce électronique, qui est de plus en plus présent. L'industrie vinicole devra déterminer s'il est possible d'utiliser de façon efficace ce nouveau média en vue d'accroître le rendement grâce au commerce entre entreprises et à l'élaboration de nouvelles stratégies de mise en marché axées sur le commerce électronique.

ASSOCIATIONS

British Columbia Wine Institute

Siège social

9312 Jubilee Road, PO Box 1440

Summerland, BC V0H 1Z0

Tél.: 250-494-9772

Téléc.: 250-494-9704

Numéro sans frais: 1-800-661-2294

Courriel: bcwi@bcwi.bc.ca

Site Internet : www.winebc.com

British Columbia Wine Institute

Marketing Division

Suite 400, 601 West Broadway

Vancouver, BC V5Z 4C2

Tél. : 604-664-7744

Téléc. : 604-903-7396

Numéro sans frais: 1-800-811-9911

Vintners Quality Alliance Ontario

1, rue Yonge, suite 1601

Toronto (Ontario) M5E 1E5

Tél. : (416) 367-2002

Téléc. : (416) 367-4004

Wine Council of Ontario et

Vintners Quality Alliance of Canada

110, promenade Hannover

St. Catharines (Ontario) L2W 1A4

Tél. : (905) 684-8070

Téléc. : (905) 684-2993

Site Internet: www.wineroute.com

Association des vignerons du Canada

440, avenue Laurier Ouest, suite 200

Ottawa (Ontario) K1R 7X6

Tél. : (613) 782-2283.

Téléc. : (613) 782-2239

Courriel : canadawine@home.com

Site Internet : www.canadianvintners.com

Association des vignerons du Québec

Site Internet: www.vignerons-du-quebec.com

Canadian Wine Institute of Atlantic Canada

a/s Vincor

(À l'attention de : Charles Bowden)

10, rue Lévesque

Scoudouc (Nouveau-Brunswick) E4P 3P3

Tél. : (506) 532- 4426

Téléc. : (506) 532-4445

Courriel : charlie.bowden@vincor.ca

RÉGIES PROVINCIALES DES ALCOOLS

Société des alcools du Yukon

9031, rue Quartz

Whitehorse (Yukon) Y1A 4P9

Tél. : (867) 667-5245

Site Internet : www.ylc.yk.ca

Northwest Territories Liquor Commission

31, promenade Capital, suite 201

Hay River (T.N.-O.) X0E 1G2

Tél. : (867) 874-2100

British Columbia Liquor Distribution Branch

Ministry of Small Business, Tourism and Culture (ministère de la Petite entreprise, du Tourisme et de la Culture)

2625, rue Rupert

Vancouver (C.-B.) V5M 3T5

Tél. : (604) 252-3000

Téléc. : (604) 252-3464

Alberta Gaming and Liquor Commission

50, avenue Corriveau

St. Albert (Alberta) T8N 3T5

Tél. : (780) 447-8600

Téléc. : (780) 447-8914

Site Internet : www.aglc.gov.ab.ca

Saskatchewan Liquor and Gaming Authority

2500, avenue Victoria

C. P. 5054

Regina (Saskatchewan) S4P 3M3

Tél. : (306) 787-1737

Site Internet : www.gov.sk.ca/govt/lga

Société des alcools du Manitoba

1555, Place Buffalo

Winnipeg (Manitoba) R3C 2X1

Tél. : (204) 474-5514

Courriel : info@mlcc.mb.ca

Site Internet : www.mlcc.mb.ca

Régie des alcools de l'Ontario

Demandes de renseignements généraux

55, boul. Lake Shore Est

Toronto (Ontario) M5E 1A4

Tél. : (416) 365-5900

Courriel : info@lcbo.com

Site Internet : www.lcbo.com/index.html

Société des alcools du Québec (SAQ)

905, avenue De Lorimier

Montréal (Québec) H2K 3V9

Tél. : (418) 459-3536

Courriel : info@saq.com

Site Internet : www.saq.com

Société des alcools du Nouveau-Brunswick

C. P. 20787

Fredericton (Nouveau-Brunswick)

E3B 5B8

Tél. : (506) 452-6510

Nova Scotia Liquor Commission

C. P. 8720, Station A

Halifax (Nouvelle-Écosse) B3K 5M4

Tél. : (902) 450-5802

PEI Liquor Control Commission

3, rue Garfield

C. P. 967

Charlottetown (Î.-P.-É.) C1A 7M4

Tél. : (902) 368-5720

Newfoundland Liquor Corporation

C. P. 8750, Station A

90, rue Kenmount

St. John's (Terre-Neuve) A1B 3R1

Tél. : (709) 724-1100

Courriel : nlc@nfld.com

Site Internet : www.nlc.nfld.com

**PERSONNE-RESSOURCEDU
GOUVERNEMENT FÉDÉRAL**

Gayle Smith

Bureau des aliments

Direction générale des services à l'industrie et
aux marchés

Agriculture et Agroalimentaire Canada

930, avenue Carling

Ottawa (Ontario) K1A 0C5

Tél. : (613) 759-7536

Téléc. : (613) 759-7480

Courriel : Smithg@em.agr.ca

L'industrie vinicole canadienne

SCIAN³ 31213 Vinicole, 1990-2000

STATISTIQUES PRINCIPALES ^a	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	1998-99 ^b	1999-00 ^b	2000-01 ^b
Établissements	42	43	39	34	30	35	36	32	32	32		-23,8%	-17,9%	-3,2%
Entreprises	38	39	35	31	27	32	33	29	29	29		-23,7%	-17,1%	-3,1%
Total de l'emploi (nombre d'employés) ^c	1330	1257	1222	1269	1107	1121	1249	1308	1345	1345		1,1%	10,1%	1,6%
Production ^d	727	722	682	713	617	650	694	767	810	810		11,4%	18,8%	2,9%
Administration ^e	603	535	540	556	490	471	555	541	535	535		-11,3%	-0,9%	-0,2%
PIB (millions de dollars constants de 1992)														
Expéditions totales (millions de \$)	259,3	263,7	292,1	303,6	303,6	322,4	414,7	416,6	411,9	411,9		58,9%	41,0%	5,9%
Expéditions, production propre (millions de \$)	257,8	262,6	290,9	302,5	302,6	322,0	373,5	413,5	409,2	409,2		58,7%	40,7%	5,9%
Expéditions, production propre (millions de \$ de 1992)														
Valeur-ajoutée, production propre (millions de \$)	133,4	133,5	154,7	156,2	170,1	159,7	203,0	218,6	198,4	198,4		48,7%	28,2%	4,2%
Valeur-ajoutée/travailleur, production propre (millions de \$ de 1992)														
Valeur-ajoutée/travailleur, production propre (millions de \$)	0,18	0,18	0,23	0,22	0,28	0,25	0,29	0,29	0,24	0,24		33,5%	8,0%	1,3%
Valeur-ajoutée en % des expéditions, production propre	51,7	50,8	53,2	51,6	56,2	49,6	54,3	52,9	48,5	48,5		-6,2%	-8,8%	-1,5%
Marché intérieur (millions de \$)	615,9	598,1	660,4	686,0	733,2	778,8	903,5	995,0	1144,0	1144,0		95,7%	73,2%	9,6%
Pénétration du marché intérieur	41,6%	43,7%	43,8%	43,4%	40,2%	40,4%	40,8%	40,3%	34,8%	34,8%		-16,3%	-20,5%	-3,8%
Investissements (millions de \$) ^f														
Valeur de l'activité, amort. constant des stocks nets en fin d'exercice	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Aménagement d'installations permanentes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Biens de machinerie et d'équipement	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Réparations et aménagement d'entretien des installations	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Réparations, machinerie et matériel d'entretien	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
STATISTIQUES DU COMMERCE ^a														
Mondial														
Exportations (millions de \$)	1,4	1,1	1,4	5,1	7,7	7,4	5,0	12,1	10,7	40,3	80,2	5628,6%	5628,6%	65,9%
Exportations en % des expéditions, production propre	0,5%	0,4%	0,5%	1,7%	2,5%	2,3%	1,3%	2,9%	2,6%					
Importations (millions de \$)	359,5	336,6	370,9	388,6	438,3	464,2	535,0	593,6	745,5	851,5	932,7	159,4%	151,5%	12,2%
Importations en % du marché intérieur	58,4%	56,3%	56,2%	56,6%	59,8%	59,6%	59,2%	59,7%	65,2%	65,2%		138,1%	130,7%	11,0%
Balance commerciale (millions de \$)	-358,1	-335,5	-369,5	-383,5	-430,6	-456,9	-530,0	-581,5	-734,8	-811,2	-852,5			
Avec les États-Unis														
Exportations (millions de \$)	0,4	0,3	0,6	4,2	6,6	1,3	2,2	3,5	5,7	36,5	74,4	18500,0%	12300,0%	82,7%
Importations (millions de \$)	30,2	38,2	52,3	61,0	70,3	71,7	93,9	102,7	128,5	135,4	150,7	389,0%	188,1%	14,1%
Balance commerciale (millions de \$)	-29,8	-38,9	-51,7	-56,8	-63,8	-70,3	-91,7	99,2	122,8	98,9	-76,3	312,1%	137,5%	11,4%

Statistique Canada (CANSIM) et/ou Enquête annuelle sur les industries manufacturières

^a Enquête annuelle sur les industries manufacturières

^b Statistique Canada Capital Expenditures

^c Système nord-américain de classification des Industries

X indique le caractère confidentiel

* Utilisation des données disponibles les plus récentes

- Croissance annuelle moyenne

On peut se procurer les rapports analytiques suivants auprès du Bureau des aliments :

Analyse du secteur de la transformation des produits aliments et des boissons

- Le secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons : un survol des perspectives et des défis à l'aube du XXI^e siècle
- Perspective historique du secteur canadien de la transformation des aliments et des boissons
- Analyse de la structure du secteur agroalimentaire canadien

Profils des sous-secteurs

- L'industrie canadienne du pain et des produits boulangers
- L'industrie canadienne de la confiserie
- L'industrie canadienne du vin
- L'industrie canadienne de la distillerie
- L'industrie canadienne de la transformation des produits laitiers
- L'industrie canadienne de la transformation des produits de la viande rouge
- L'industrie canadienne des provendes
- L'industrie canadienne de la transformation de la volaille
- L'industrie canadienne de la grignotise
- L'industrie canadienne de la transformation des fruits et des légumes
- L'industrie canadienne du sucre de canne et de betterave
- L'industrie canadienne de la farine et des produits connexes
- L'industrie canadienne des boissons gazeuses
- L'industrie canadienne de l'eau en bouteille
- *L'industrie canadienne des brasseries **
- *L'industrie canadienne du thé et du café **
- *L'industrie canadienne des pâtes **
- *L'industrie canadienne du poisson et des fruits de mer **

* Les titres marqués d'un astérisque n'étaient pas complets au moment d'aller sous presse. On peut lire les profils publiés dans l'Internet à l'adresse <http://www.agr.ca>.

Profils régionaux

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| • Provinces de l'Atlantique | • Manitoba |
| • Québec | • Saskatchewan |
| • Ontario | • Alberta |
| | • Colombie-Britannique |

Le lecteur peut obtenir des mises à jour en consultant la version électronique de ces rapports dans le Service électronique d'informatique d'Agriculture et agroalimentaire Canada (SEIAC) à l'adresse <http://www.agr.ca>.

Nous serions heureux de recevoir vos commentaires ou suggestions susceptibles d'améliorer la teneur de ces rapports. Pour d'autres informations ou pour nous fournir vos commentaires, veuillez vous adresser au :

Bureau des aliments, pièce 501, édifice Sir-John-Carling, Ottawa (Ontario), K1A 0C5, (613) 759-7556.

These documents are available in English.